

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Konsep <i>Price Fairness</i>	17
2.1.1.1 <i>Price Fairness</i> bagian dari <i>Hospitality Marketing</i>	17
2.1.1.2 Konsep <i>Price</i>	20
2.1.1.3 Konsep <i>Fairness</i>	21
2.1.1.4 Konsep <i>Price Fairness</i>	22
2.1.1.5 Faktor yang mempengaruhi <i>price fairness</i>	26
2.1.1.6 Definisi <i>price fairness</i>	27
2.1.1.7 Dimensi <i>Price Fairness</i>	30
2.1.2 Konsep <i>Behavioral Intention</i>	31
2.1.2.1 Definisi <i>behavioral intention</i> dalam <i>customer behavior</i>	31
2.1.2.2 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	32
2.1.2.3 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	34
2.1.3 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	35
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	38
2.1.5 Kerangka pemikiran.....	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	50
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	51
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	57
3.2.4.1 Populasi.....	57
3.2.4.2 Sampel.....	57
3.2.4.3 Teknik Sampling	58
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	60
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	60

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	63
3.2.7 Rancangan Analisis Data	65
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	65
3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif	66
3.2.7.3 Regresi berganda.....	66
3.2.8 Pengujian hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil penelitian dan profil perusahaan HARRIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit.....	71
4.1.1 Profil perusahaan.....	71
4.1.1.1 Identitas Perusahaaa.....	71
4.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	72
4.1.1.3 Produk dan jasa yang ditawarkan.....	73
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman tamu HARIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit.....	77
4.1.2.1 Karakteristik berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	77
4.1.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	78
4.1.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Biaya dikeluarkan	79
4.1.2.4 Pengalaman Reponden Berdasarkan Tujuan dan alasan.....	80
4.1.3 Gambaran Pelaksanaan <i>Price Fairness</i> terhadap Tamu <i>repeater</i>	81
4.1.3.1 <i>price expectation</i>	81
4.1.3.2 <i>Reference Price</i>	82
4.1.3.3 <i>Room Rate Perception</i>	84
4.1.4 Gambaran Pelaksanaan <i>Behavioral Intention</i> terhadap tam <i>repeater</i>	85
4.1.4.1 <i>Repurchase Intention</i>	86
4.1.4.2 <i>Word of Mouth</i>	87
4.1.5.1 Uji <i>Normalitas</i>	88
4.1.5.2 Uji <i>Heterokedatisitas</i>	90
4.1.5.3 Uji <i>Linear</i>	91
4.1.5.4 Uji <i>Auto Korelasi</i>	92
4.1.5.5 Uji <i>Multikolinearitas</i>	92
4.1.5.6 Uji korelasi dan koefisiensi determinasi	93
4.1.6 Regresi Berganda	94
4.1.6.1 Model persamaan regresi berganda.....	94
4.1.7 Uji Hipotesis	95
4.1.7.1 Uji Hipotesis Secara simultan (f)	95
4.1.7.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (t)	96
4.2 Pembahasan.....	97
4.2.1 Tanggapan tamu <i>Repeater</i> terhadap <i>price fairness</i>	97
4.2.2 Tanggapan Tamu <i>Repeater</i> terhadap <i>behavioral Intentions</i>	100
4.2.3 <i>Pengaruh Price fairness</i> terhadap <i>behavioral intention</i>	102
4.3.3 Temuan Penelitian.....	103
4.3.1 Temuan bersifat teoritik	103
4.3.2 Temuan Bersifat empirik	104
BAB 5 KESIMPULAN	
5.1 KESIMPULAN	106
5.2 REKOMENDASI.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Wisatawan Nasional (WINAS) Tahun 2011-2016.....	2
Tabel 1.2 Data <i>Repeater</i> tamu FIT HARRIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit Tahun 2015-2016.....	6
Tabel 1.3 Data tingkat hunian tamu HARRIS Ciumbuleuit	6
Tabel 1.4 Data <i>guest comment</i>	7
Tabel 1.5 Ulasan tamu pada tripadvisor	9
Tabel 1.6 Ulasan tamu pada tripadvisor	10
Tabel 1.7 Implementasi <i>Price Fairness</i> HARRIS Hotel & Conventions	14
Tabel 2.1 Definisi <i>Price Fairness</i>	27
Tabel 2.3 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	31
Tabel 2.4 Orisinilatitas Penelitian	38
Tabel 3.1 Oprasional Variabel Penelitian	51
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	56
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia	77
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4.3 Pengalaman Responden berdasarkan biaya yang dikeluarkan.....	79
Tabel 4.4 Pengalaman responden berdasarkan berapa kali dan tujuan menginap ..	80
Tabel 4.5 Tanggapan <i>price expectation</i>	81
Tabel 4.6 Tanggapan <i>Reference Price</i>	83
Tabel 4.7 Taggapan <i>room rate perception</i>	84
Tabel 4.8 Tangapan <i>Repurchase Intention</i>	86
Tabel 4.9 Tanggapan tamu Terhadap Word of mouth	87
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	90
Tabel 4.11 Uji Heterokedasitas	91
Tabel 4.12 Uji Linearitas	91
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	92
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	93
Tabel 4.15 Uji Simultan	95
Tabel 4.16 Uji Parsial	96
Tabel 4.17 Gambaran Tanggapan <i>Price Fairness</i>	97
Tabel 4.18 Gambaran Tanggapan <i>Behavioral Intention</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra penelitian Niat Pemelian ulang di HARRIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit	8
Gambar 1.2 Hasil Pra penelitian Niat rekomendasi di HARRIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit	10
Gambar 1.3 Hasil Pra penelitian <i>repurchase intention</i> di HARRIS Hotel & Conventions Ciumbuleuit	11
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	36
Gambar 2.2 Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	36
Gambar 2.3 Kerangka pemikiran Pengaruh <i>Price Fairness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	45
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	46
Gambar 3.1 Regresi Berganda	62
Gambar 4.1 Normal Propability plot	90
Gambar 4.2 Garis kontinum variabel <i>price fairness</i>	101
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel <i>Behavioral intention</i>	102